

# Logo dan *Tagline* “Siak *The Truly Malay*” Kabupaten Siak Provinsi Riau dalam Hukum Kepariwisata

Adi Tiaraputri\*

*University of Riau, Indonesia*

Ledy Diana\*

*University of Riau, Indonesia*

**ABSTRACT:** Regional logos and taglines are useful for promoting areas to attract tourists. With the logo and tagline, it can introduce interesting culture and tourism in the area. In general, the logo and tagline of an area will reflect something unique to that area. Logos and taglines also become the identity of an area. In general, what is used as a logo or tagline from an area is a characteristic or something that can remind you of an area, such as its special food, its distinctive dances, tourist attractions, regional characteristics, and many others. So with the logo and tagline, people will easily remember an area. Likewise, the logo and tagline used by Siak Regency, namely Siak the Truly Malay. The logo and tagline show that tourism in Siak Regency is based on Malay culture because Siak Regency also adheres to the Malay culture and the Malay culture in Siak Regency is very strong. The Siak Regency logo and tagline also introduce the many types of culture that exist in Siak Regency, with this will attract a lot of tourists to get to know more and learn about the culture and tourism in Siak Regency. The type of research used is juridical normative with a statutory approach and a case approach. The research also examines the legal aspects of the tourism logo and tagline in Siak Regency according to the tourism law.

**KEYWORDS :** Logo and *Tagline*, Tourism Law, Malay Culture.



Copyright © 2021 by Author(s)

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License. All writings published in this journal are personal views of the authors and do not represent the views of this journal and the author's affiliated institutions.

## HOW TO CITE:

Tiaraputri, Adi & Ledy Diana, "*Logo dan Tagline “Siak The Truly Malay” Kabupaten Siak Provinsi Riau dalam Hukum Kepariwisata*" (2021) 1:1 Journal of Private and Economic Law 47-62. DOI: <https://doi.org/10.19184/jpel.v1i1.23554>.

Submitted: 15/03/2021 Reviewed: 16/04/2021 Revised: 08/05/2021 Accepted: 13/05/2021

\*Corresponding author's email: [aditiaraputri@gmail.com](mailto:aditiaraputri@gmail.com)

## I. PENDAHULUAN

Kebudayaan dan adat istiadat suatu daerah sudah menjadi destinasi utama bagi pemerintah setempat yang menggaungkan kebudayaan dan adat istiadat tempat ia memerintah untuk menarik minat wisatawan baik dari dalam, luar kota hingga wisatawan mancanegara untuk datang ke daerahnya. Provinsi Riau merupakan salah satu Provinsi terkaya di Indonesia. Provinsi Riau adalah Tanah Air Kebudayaan Melayu. Pernyataan tersebut didukung oleh berbagai fakta sejarah yang ada. Di Riau sampai sekarang masih ada sejumlah suku asli Riau seperti Suku Talang Mamak, Sakai, Petalangan dan lain-lain. Sejumlah peninggalan sejarah (Artefak dan Candi-candi) yang ditemukan, menunjukkan adanya wujud kebudayaan dan peradaban kuno di kawasan ini, mulai dari pra-sejarah hingga ke periode Hindu-Budha.

Di Provinsi Riau ada beberapa Kabupaten, salah satu Kabupaten yang mempunyai potensi Pariwisata yang cukup bagus adalah Kabupaten Siak. Di Kabupaten Siak terdapat obyek wisata budaya dan sejarah yaitu Istana Siak Sri Indrapura. Hal menarik dari Istana ini adalah arsitektur bangunannya perpaduan antara Eropa, Arab dan Cina. Selain itu terdapat sebuah komet yang hanya ada dua di Dunia, yaitu di Istana Siak dan di Jerman. Kabupaten Siak yang berada di Provinsi Riau mempunyai logo dan *tagline* di bidang kepariwisataan yaitu “*Siak The Truly Malay*”. Logo ini telah dicatatkan hak cipta di Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual dengan nomor pencatatan 01906 dan juga didaftarkan sebagai merek dengan nomor pendaftaran IDM000628457.<sup>1</sup> Logo dan *tagline* ini merupakan salah satu strategi dalam meningkatkan daya tarik pariwisata. Dalam mewujudkan slogan Siak *The Truly Malay*, Kabupaten Siak menyuguhkan berbagai panorama yang melatarbelakangi Kabupaten Siak sebagai daerah yang dikenal dengan daerah Melayu, salah satunya yaitu dengan banyaknya peninggalan-peninggalan sejarah yang menjadi saksi bisu dan bukti bahwa Kabupaten Siak memang merupakan daerah Melayu.

Logo dan *tagline* tersebut ada yang mengistilahkan dengan *city branding*, *local branding*, *regional branding* yang merupakan salah satu strategi dalam peningkatan daya tarik pariwisata yang juga telah dikembangkan di beberapa

---

<sup>1</sup> <https://www.dgip.go.id/>

daerah di Indonesia. Logo dan *tagline* atau *city branding* yang pernah berkembang di Indonesia seperti *Never Ending Asia* untuk daerah Yogyakarta,<sup>2</sup> tahun 2015 kembali Yogyakarta meluncurkan logo dan *taglinenya* Jogja Istimewa dalam *rebranding*, *Enjoy Jakarta* untuk daerah Jakarta, *Sprit of Java* untuk daerah Solo,<sup>3</sup> *City branding* bisa dikatakan sebagai strategi promosi untuk meningkatkan daya tarik pariwisata, upaya untuk membentuk karakter pariwisata daerahnya agar lebih dikenal.<sup>4</sup> *City branding* menurut Anholt sebagai manajemen citra suatu destinasi melalui inovasi strategis serta kordinasi ekonomi, komersial, sosial, kultural dan peraturan pemerintah. *City branding* juga berperan menciptakan positioning dan perbedaan untuk memperkenalkan potensi daerah pada wisatawan.<sup>5</sup>

Di Indonesia, pengaturan pariwisata terdapat dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata (UU Kepariwisata). Menurut UU Kepariwisata, yang dimaksud dengan wisata yaitu kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara. Pariwisata yaitu berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah. Seseorang atau sekelompok orang atau biasa yang disebut dengan wisatawan untuk berkunjung ke suatu daerah melihat daya tarik daerah tersebut.

---

<sup>2</sup> Yuli, A. “*City Branding Sebagai Strategi Pengembangan Pariwisata ditinjau dari Aspek Hukum Merek (Studi Kasus City Branding Daerah Istimewa Yogyakarta Sebagai Daerah Tujuan Wisata Unggulan di Indonesia)*”.(2011). Jurnal Ilmiah Ilmu Hukum QISTI.

<sup>3</sup> Rahman, F.A, dkk . “*Aspek Hukum Regional Branding dalam Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek dan Undang-Undang Nomor 28 tahun 2014 tentang Hak Cipta (Studi Kasus Jogja Istimewa sebagai Brand Daerah Istimewa Yogyakarta)*” (2015). Jurnal Penelitian Hukum.

<sup>4</sup> Rusadi, S, dkk . “*Strategi City Branding oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Siak dalam Peningkatan Daya Tarik Pariwisata*” (2019).. Jurnal Wedana.

<sup>5</sup> Prakarti, S, dkk. “*Pengaruh City Branding dan Event Pariwisata Terhadap Keputusan Berkunjung Serta Dampaknya Pada Minat Berkunjung Kembali Ke Kabupaten Banyuwangi*” (2017). Jurnal Administrasi Bisnis.

Untuk menarik minat wisatawan mengunjungi suatu tempat wisata tentu butuh promosi. Salah satunya dengan cara membuat *city branding* seperti yang dikemukakan sebelum. Artikel ini akan melihat logo dan *tagline* suatu daerah terutama Kabupaten Siak dalam hukum kepariwisataan.

Berbagai upaya telah dilakukan Dinas Pariwisata, pemerintah Kabupaten Siak dan juga masyarakat siak untuk mewujudkan “label” Siak *The Truly Malay* seperti sekarang ini, baik dari penyelenggaraan *event* budaya, kerajinan tradisional, kuliner, dan berbagai aktivitas masyarakat yang berbasis kearifan lokal. Kabupaten Siak memang memiliki potensi wisata budaya Melayu yang layak dikembangkan agar dikenal dipenjuru dunia, seperti wisata nusantara maupun wisata mancanegara.

*Brand* dalam sebuah suatu destinasi wisata sangat diperlukan untuk menghadapi persaingan. Keberadaan wisata sejarah yang sudah sangat melekat di masyarakat perlu upaya penguatan pariwisata melalui *brand* itu sendiri. Dalam hal ini Dinas Pariwisata dan juga pemerintah daerah telah berhasil melakukan komunikasi untuk pembentukan *Brand* Siak *The Truly Malay* agar membuat siak terus di ingat sebagai siak yang memiliki wisata sejarah melayu yang masih sangat jelas kisah sejarahnya dan jika masyarakat luas ingin mengetahui budaya melayu yang sebenarnya, bisa mengunjungi Kabupaten Siak. Diharapkan dengan *brand* ini mampu mengenalkan identitas pariwisata Indonesia dengan benar dan baik serta menyeluruh ke seluruh para wisatawan, baik wisatawan lokal maupun wisatawan asing.

Berhasilnya suatu *brand* yang dibentuk tidak lepas dari proses komunikasi yaitu menurut model berlo terdapat empat komponen proses komunikasi yaitu *source* (sumber), *message* (pesan), *channel* (saluran), dan *receiver* (penerima atau khalayak). Empat komponen ini saling berhubungan, saling berproses, dalam mewujudkan komunikasi yang ingin dicapai.

## II. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan yaitu yuridis normatif dengan pendekatan peraturan perundang-undangan (*statutory approach*) dan pendekatan kasus

(*case approach*).<sup>6</sup> Penelitian juga mengkaji aspek hukum logo dan tagline kepariwisataan Kabupaten Siak menurut Hukum Kepariwisata. Teknik pengumpulan melakukan studi kepustakaan dengan mengkaji aturan hukum terkait dengan warisan budaya. Data yang diperoleh dianalisis melalui kualitatif dan tidak menutup kemungkinan data kuantitatif yang berfungsi untuk mengarahkan dan mempertajam analisis kualitatif.

### III. LOGO DAN *TAGLINE* SIAK *THE TRULY MALAY*

Logo dan *tagline* Kabupaten Siak *The Truly Malay* muncul pada tahun 2012 dalam kajian pengembangan objek pariwisata unggulan Kabupaten Siak tahun 2012, di dalamnya berbagai rekomendasi yang diusulkan, salah satunya yaitu untuk membuat branding Siak *The Truly Malay* yang diaplikasikan melalui *event* yang berbasis budaya Melayu. Dinas Pariwisata Kabupaten Siak mengusung sebuah *brand* daerah yaitu Siak *The Truly Malay* pada 11 Maret 2013 di Siak, dan diperkenalkan pada *event* *Tour de Siak* pada 2013. Untuk menunjukkan dan mempertegas *image* bahwa Siak memiliki sebuah identitas di bidang Pariwisata yang berbasis Budaya Melayu. Untuk itu kegiatan *branding* pun dilakukan oleh Dinas Pariwisata khususnya bagian Pemasaran dengan berbagai strategi memperkenalkan *brand* tersebut kepada masyarakat.<sup>7</sup> *Tagline* tersebut selama ini menjadi 'jiwa' dalam pengembangan budaya dan pariwisata di negeri Istana tersebut. *Tagline* *The Truly Malay* ini mulai dipopulerkan pada Maret 2013.

Berbagai upaya telah dilakukan Dinas Pariwisata, pemerintah Kabupaten Siak dan juga masyarakat siak untuk mewujudkan “label” Siak *The Truly Malay* seperti sekarang ini, baik dari penyelenggaraan *event* budaya, kerajinan tradisional, kuliner, dan berbagai aktivitas masyarakat yang berbasis kearifan lokal. Kabupaten Siak memang memiliki potensi wisata budaya Melayu yang layak dikembangkan agar dikenal dipenjuruan dunia, seperti wisata nusantara maupun wisata mancanegara.

---

<sup>6</sup> Peter Mahmud. (2005). *Penelitian Hukum*. Jakarta : Prenamedia Grup.

<sup>7</sup> Artis. “*Branding Siak the Truly Malay oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Siak*” (2018) 1:1. Komunikasiana.

Di Riau, khususnya Kabupaten Siak budaya Melayu merupakan payung negeri. Oleh karena itu, budaya yang disandingkan dengan agama perlu dijunjung tinggi oleh semua pihak untuk menjaga perdamaian yang selama ini sudah terwujud. Arah *visioner* mewujudkan Kabupaten Siak sebagai pusat kebudayaan Melayu di Indonesia tahun 2025 adalah dengan meningkatkan keterlibatan masyarakat untuk secara bersama menggali, membangun, dan mengembangkan kampung-kampung lama Melayu, demikian pula dengan kampung suku Asli (Sakai dan Akit). Kuatnya akar budaya Melayu tidak sekadar menopang kehidupan masyarakat, tetapi menjadi penguat karakter bangsa untuk menyikapi intervensi budaya asing yang tidak sesuai dengan kepribadian bangsa. Pelibatan masyarakat sebagai pendukung kebudayaan Melayu menjadi sangat penting.<sup>8</sup>

Dinas Pariwisata Kabupaten Siak berperan penting dalam melakukan branding Pariwisata Siak *The Truly Malay* kepada masyarakat karena di Kabupaten Siak terdapat situs-situs sejarah, kebudayaan, kerajinan Melayu, dan hal-hal menarik seputar Melayu terdapat di daerah Siak. Tujuannya agar Kabupaten Siak menjadi destinasi wisata utama di Riau yang semakin ramai dikunjungi wisatawan baik dari dalam maupun luar negeri.

Berikut logo dan *tagline* Siak *The Truly Malay* dari Kabupaten Siak :



Sumber : Dinas Pariwisata Kabupaten Siak

Siak *The Truly Malay* artinya adalah Siak merupakan Melayu yang sebenarnya, menunjukkan bahwasanya segala macam bentuk peradaban Melayu ada di siak. Siak *The Truly Malay* merupakan identitas masyarakat

---

<sup>8</sup> <https://kebudayaan.kemdikbud.go.id/ditwdb/siak-the-truly-malay/>

Siak. Pesan yang ingin disampaikan pada slogan ini, bahwa jika wisatawan atau siapapun yang ingin mempelajari Melayu datanglah ke Siak, karena yang sebenarnya Melayu ada di Siak di Riau, khususnya Kabupaten Siak.

Pesan dalam bahasa Inggris disebut *message*, *content*, atau *information* adalah unsur penting dalam komunikasi karena salah satu tujuan komunikasi yaitu menyampaikan pesan. Pesan merupakan suatu yang disampaikan dari pengirim atau sumber ke penerima atau komunikan. Untuk dapat dimengerti dengan baik oleh masyarakat, pesan harus dapat dimengerti dan dicerna dengan baik oleh masyarakat sebagai sasarannya. Sehingga pengelolaan pesan harus diperhatikan lebih seksama agar proses komunikasi dalam membentuk *brand destination* ini dapat berjalan dengan lancar.

Kabupaten Siak memiliki potensi besar dalam meningkatkan sektor wisata di daerahnya. Ini menjadi salah satu aset besar bagi Pemerintah Siak untuk mengembangkan Kepariwisata yang ada di Siak yaitu melalui *Brand Siak The Truly Malay* yang dibuat oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Siak. Sejak Empat tahun terakhir, Pemerintah Kabupaten Siak terus menggaungkan *tagline* Siak *The Truly Malay*. *Tagline* tersebut selama ini menjadi “jiwa” dalam pengembangan budaya dan pariwisata di negeri Istana tersebut. *Tagline The Truly Malay* ini mulai dipopulerkan pada bulan Maret 2013 dan resmi terdaftar sebagai hak cipta pada Direktorat Hak Cipta dan Desain Industri Kementerian Hukum dan HAM RI sejak Kamis 27 April 2017. Hal ini diperkuat dengan penyerahan sertifikat hak merek atau hak paten oleh Kakanwil Kemenkumham Riau, M Diah kepada Bupati Siak, Syamsuar.

Slogan Siak *The Truly Malay* yang dipopulerkan saat ini merupakan filosofi yang lahir dari *spirit* masyarakat Melayu yang ramah dan terbuka untuk mengenalkan identitas budaya di Negeri Istana. Budaya yang disandingkan dengan Agama perlu dijunjung tinggi oleh semua pihak untuk menjaga perdamaian yang selama ini sudah terwujud. Kini kebudayaan dan adat istiadat suatu daerah sudah menjadi destinasi utama bagi pemerintah setempat yang menggaungkan kebudayaan dan adat istiadat tempat untuk menarik minat wisatawan baik dari dalam, luar kota hingga wisatawan mancanegara untuk datang ke daerahnya. Salah satunya yaitu pemerintah di

Kabupaten Siak berawal pada tahun 2013 memperkenalkan *Brand* yang berbunyi Siak *The Truly Malay* pada *event Tour de siak* 2013.

Pemerintah yang menyadari potensi Siak yang kaya akan nilai-nilai tradisi, sejarah, dan budaya, pemerintah telah mengusulkan daerah ini sebagai kawasan *heritage city* atau kota yang memiliki kekayaan budaya dan sejarah yang harus dilestarikan. Logo dan *tagline* dari Kabupaten Siak yaitu Siak *The Truly Malay* tercatat dengan hak cipta dan terdaftar dengan merek di Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual. Pemegang haknya yaitu Dinas Pariwisata Kabupaten Siak. Dengan kata lain, berarti logo dan *tagline* Siak *The Truly Malay* dilindungi oleh rezim Hak Kekayaan Intelektual (HKI) atau Kekayaan Intelektual (KI). *World Intellectual Property Organization* (WIPO) memberikan defenisi untuk Hak Kekayaan Intelektual yaitu kreasi yang dihasilkan pikiran manusia yang meliputi invensi, karya sastra dan seni, simbol, nama, citra dan desain yang digunakan dalam perdagangan.<sup>9</sup>

Logo dan *tagline* yang digunakan sebagai identitas, simbol, logo atau merek yang melekat pada daerah disebut juga dengan nama *local brand* atau *regional brand*.<sup>10</sup> Peraturan yang mengatur terkait dengan merek yaitu Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (UU Merek dan IG). Logo dan *tagline* Siak *The Truly Malay* juga dicatatkan hak cipta berdasarkan UU Nomor 28 tahun 2014 tentang Hak Cipta.

#### *A. Wisata di Kabupaten Siak*

Kabupaten Siak sejak dulu dikenal dengan adanya Kerajaan Siak sebagai salah satu tujuan wisata. Selain Kerajaan Siak, di Kabupaten Siak juga terdapat beberapa obyek wisata. Jenis- jenis obyek wisata yang ada di Kabupaten Siak

---

<sup>9</sup> Tomi Suryo Utomo. “*Hak Kekayaan Intelektual (HKI) di Era Global : Sebuah Kajian Kontemporer*” (2010).. Yogyakarta : Graha Ilmu.

<sup>10</sup> Rahman, F.A, dkk .”*Aspek Hukum Regional Branding dalam Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek dan Undang-Undang Nomor 28 tahun 2014 tentang Hak Cipta (Studi Kasus Jogja Istimewa sebagai Brand Daerah Istimewa Yogyakarta)*” (2015). Jurnal Penelitian Hukum.



yaitu wisata sejarah, wisata budaya, wisata alam, wisata buatan, wisata even olahraga, wisata kerajinan dan wisata kuliner.<sup>11</sup>

Pariwisata saat ini menjadi salah satu tren yang berkembang cukup pesat dan dianggap sebagai industri yang cukup menjanjikan, alasannya karena pariwisata memiliki banyak manfaat bagi masyarakat juga negara baik dari segi ekonomi, budaya, lingkungan, ilmu pengetahuan, dan lainnya. Pariwisata merupakan sektor industri yang saat ini sedang digiatkan oleh banyak negara didunia. Kekayaan alam dan budaya merupakan komponen penting dalam pariwisata Indonesia. Potensi sejarah ini menjadi salah satu aset besar bagi Siak untuk mengembangkan kepariwisataannya. Oleh karena itu masyarakat Siak harus bersinergi untuk terus mempromosikan Siak the Truly Malay sebagai *branding* di Kabupaten Siak, sehingga terus meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakatnya.

### *B. Pengelolaan Objek Wisata Sejarah Kerajaan Siak di Kabupaten Siak*

Manajemen adalah suatu rangkaian pekerjaan atau usaha yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok orang untuk melakukan serangkaian kerja dalam mencapai tujuan tertentu. Untuk dapat melaksanakan pengelolaan objek wisata sejarah kerajaan siak di Kabupaten Siak, dibutuhkan adanya pengelolaan. Pengelolaan objek wisata sejarah kerajaan ini di bagi menjadi dua tahap, yaitu pengelolaan fisik dan non fisik.

#### 1. Perencanaan

Merupakan tindakan memilih dan menetapkan segala aktivitas dan sumber daya yang akan dilaksanakan dan digunakan di masa yang akan datang untuk mencapai tujuan tertentu. Perencanaan mengacu pada pemikiran dan penentuan apa yang akan dilakukan oleh Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga dalam mengelola Objek Wisata Sejarah Kerajaan Siak di Kabupaten Siak. Perencanaan yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Siak masih belum berjalan dengan optimal karena

---

<sup>11</sup> Booklet Pariwisata Siak Edisi 2020.

masih banyak situs peninggalan sejarah yang belum ter gali dan terkelola dengan maksimal.

## 2. Pengorganisasian

Kegiatan membagi tugas tugas pada orang yang terlibat dalam pengelolaan objek wisata sejarah kerajaan Siak. Kegiatan pengorganisasian menentukan siapa yang akan melaksanakan tugas sesuai dengan kemampuan dan keahlian di bidang Objek wisata sejarah. Sehingga pengorganisasian dapat berjalan dengan sesuai harapan dan serta mengalokasikannya sarana dan prasarana untuk menunjang tugas orang-orang itu dalam pengelolaan objek wisata sejarah di Kabupaten Siak.

## 3. Koordinasi

Koordinasi merupakan kegiatan dimana semua elemen yang terlibat dalam pengelolaan objek wisata sejarah, saling berhubungan dan menjalin kerja sama dengan baik. Sehingga tidak terjadi kekacauan di dalam melakukan kegiatan nantinya. Mulai dari pimpinan tertinggi organisasi hingga pelaksana tugas di lapangan. Koordinasi merupakan merupakan suatu aktivitas manajer membawa orang-orang yang terlibat organisasi ke dalam suasana kerja sama yang harmonis. Dengan adanya pengoordinasian dapat dihindari kemungkinan terjadinya persaingan yang tidak sehat dan kesimpangsiuran di dalam bertindak antara orang-orang yang terlibat dalam mencapai tujuan organisasi. Koordinasi ini mengajak semua sumber daya manusia yang tersedia untuk bekerja sama menuju ke satu arah yang telah ditentukan. Koordinasi diperlukan untuk mengatasi kemungkinan terjadinya duplikasi dalam tugas, perebutan hak dan wewenang atau saling merasa lebih penting di antara bagian dengan bagian yang ada dalam organisasi.

## 4. Pelaporan

Pelaporan juga merupakan elemen penting harus di perhatikan agar manajer atau pimpinan organisasi dapat mengetahui perkembangan yang terjadi. Peranan kepala Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Siak,

dalam hal ini harus memperhatikan perkembangan dari pengelolaan objek wisata sejarah yang dilakukan. Agar dapat diketahui dimana letak kekurangan yang di alami dalam proses pelaksanaan pengelolaan objek wisata sejarah. Dalam pelaporan benda bersejarah Siak melaporkan semua benda bersejarah ke Museum Cagar Budaya Batusangkar. Namun selain dari pada museum Batusangkar, pelaporan juga dilakukan dengan pusat. Dalam hal pelaporan, Dinas Pariwisata Kabupaten Siak sudah cukup baik.

## 5. Pembuatan Anggaran

Penganggaran adalah fungsi yang berkenaan dengan pengendalian organisasi melalui perencanaan fiskal dan akuntansi. Sesuatu anggaran, baik APBN maupun APBD, menunjukkan dua hal: pertama sebagai satu pernyataan fiskal dan kedua sebagai suatu mekanisme.

Penganggaran ini diperlukan karena merupakan salah satu faktor yang harus ada dalam pengelolaan objek wisata sejarah. Karena dengan adanya anggaran, Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga dapat melaksanakan kegiatan pengelolaan objek wisata sejarah yang ada di Kabupaten Siak dapat berjalan dengan maksimal.

## 6. Pengawasan

Pengawasan sangat penting dilakukan oleh Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga dan instansi terkait agar objek wisata sejarah dapat terpelihara dengan baik keutuhannya sebagai bukti ± bukti sejarah peradaban bangsa melayu dan perjuangan Sultan ± sultan Kerajaan Siak di masa lampau. Mulai dari perusakan oleh tangan jahil hingga keutuhan koleksi peninggalan sejarah yang selalu terjaga.

Melalui pengawasan yang efektif, roda organisasi, implementasi rencana, kebijakan, dan upaya pengendalian mutu dapat dilaksanakan dengan lebih baik. Pengawasan yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga masih kurang optimal. Berdasarkan wawancara penulis dengan salah satu informan, yang bertindak sebagai pengawas adalah Kepala Dinas PARPORA dan yang bertindak sebagai pengawasan di lapangan adalah

Kepala Seksi Bidang Wisat Sejarah dan UPT. Namun, kurangnya pengawasan menjadi faktor penghalang dibidang organisasi. Pada saat ini kesadaran petugas untuk bekerja maksimal merupakan hal yang langka.

Pengawasan yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga masih belum berjalan dengan optimal. Karena masih ada tangan-tangan jahil yang berusaha untuk mengambil benda - benda bersejarah di kawasan objek wisata sejarah. Untuk itu, Dinas PARPORA perlu melakukan pengawasan yang intens mengingat Objek wisata sejarah Kerajaan Siak adalah aset daerah yang sangat penting karena itu menjadi simbol bagi dan juga bukti peradaban kebudayaan melayu.

Berikut akan dijelaskan sekilas pandang wisata di Kabupaten Siak:

#### a. Wisata Sejarah

Kabupaten Siak bisa dikatakan adalah pusatnya peradaban Melayu Riau sebab daerah ini sangat kental nuansa melayu nya jika dibanding dengan Kabupaten lain nya di Riau, namun wajar saja sebab banyak peninggalan sisa masa Kejayaan Kesultanan Siak silam yang kini menjadi wisata sejarah di kabupaten siak. Seperti kita ketahui Kesultanan Siak dahulunya salah satu kerajaan yang eksis di Semanjung Malaya dan kawasan pesisir timur Sumatera, hubungan Kesultanan Siak juga sangat dekat dengan Kesultanan Johor Malaysia oleh sebab itu tidak heran jika hubungan Riau dan Malaysia begitu dekat hingga saat ini. Nah oleh sebab itu bagi yang ingin mengetahui bagaimana nuansa melayu di Republik ini maka tidak perlu jauh jauh berkunjung ke Malaysia sebab kita bisa merasakan nuansa melayu dan peninggalan kejayaan melayu dengan berkunjung ke Kabupaten Siak.<sup>12</sup>

Tempat wisata sejarah di Kabupaten Siak yaitu: (a) Istana Siak; (b) Balaik Kerapatan Tinggi; (c) Masjid Raya Syahbuddin; (d) Makam Sultan Syarif Kasim II; (e) Makam Koto Tinggi; (f) Klenteng Hock Siu Kiong; (g) Makam Tengku Buang Asmara; (h) Tangsi Militer Belanda; (i) Rumah dan

---

<sup>12</sup> <https://siakkab.go.id/wisata-budaya/>

Makam Datuk Pesisir; (j) Makam Raja Kecil; (k) Kolam Hijau; dan (l) Makam Putri Kaca Mayang.<sup>13</sup>

#### b. Wisata Budaya

Kabupaten Siak menyediakan sajian kebudayaan dan kesenian adat sebagai bentuk wisata budaya. Kebudayaan-kebudayaan dan adat-istiadat yang menarik yang terdapat di kabupaten siak ini antara lain: Kesenian Tradisional Siak, Gurindam Dua Belas ciptaan Raja Ali Haji, Tenun Siak, Upacara Adat Desa Mempura, Event Seni Budaya di Kabupaten Siak (yang disajikan dengan nama Siak Bermadah, Tarian Zapin sebagai tarian daerah, dan pakaian khas daerah berupa baju kurung), dan Tepak Sirih<sup>14</sup>. Macam-macam wisata budaya di Kabupaten Siak yaitu: (a) Festival Siak Bermadah; (b) Pawai Budaya Internasional; (c) Kampung Bali; (d) Festival Gasing Internasional; dan (e) Ghatib Beghanyut.<sup>15</sup>

#### c. Wisata Alam

Di Kabupaten Siak juga dapat dinikmati wisata alam yaitu: (a) Danau Zamrud; (b) Danau Naga Sakti; (c) Ekowisata Mangrove Rawa Mekar Jaya; (d) Ekowisata Mangrove Mengkapan; (e) Ekowisata Mangrove Berembang Bertuah; (f) Agrowisata Taman Harmoni Raya; (g) Agro Wisata Sakabura; (h) Agro Wisata BJ Go Green; (i) Taman Hutan Raya SSK II; (j) Pusat Pelatihan Gajah Minas; dan (k) Agro Wisata Taman Segaran Jiwa (Agro Wisata Bungaraya).<sup>16</sup>

#### d. Wisata Buatan

Di Kabupaten Siak juga terdapat wisata buatan yaitu Water Front City/ Tepian Bandar Sungai Jantan, Taman Tengku Mahratu, Taman Tengku

---

<sup>13</sup> Booklet Pariwisata Siak Edisi 2020.

<sup>14</sup> <https://siakkab.go.id/wisata-budaya/>

<sup>15</sup> Booklet Pariwisata Siak Edisi 2020.

<sup>16</sup> Booklet Pariwisata Siak Edisi 2020.

Agung, Taman Rusa, Kolam Teratai, Kampung Toga, Jembatan Tengku Agung Sultanah Latifah, dan Jembatan Sultan Abdul Jalil Rachmadsyah.

#### e. Wisata Even Olahraga

Selain memiliki tempat yang indah sebagai objek wisata alam, makanan khas, dan lainnya, di Kabupaten Siak juga ada wisata event olahraga yaitu: (a) Tour De Siak (TDSi); (b) Siak International Serindit Boat Race (SISBR); (c) Event Tour D’Sawah (Agrowisata Bungaraya); dan (d) Even Lomba Pacu Gerandong.

Dari banyaknya jumlah wisatawan yang datang tentunya akan memberikan efek timbal balik bagi pemerintah maupun pengunjung. Pemerintah mendapatkan pemasukan bagi kas daerah yaitu pendapatan asli daerah (PAD) dari sektor pariwisata, sedangkan pengunjung mendapatkan pemandangan yang indah dari pengelolaan objek wisata itu sendiri. Pendapatan asli daerah yang didapatkan dari sektor pariwisata tentunya sangat membantu dalam pembangunan daerah.

## IV. LOGO DAN *TAGLINE* DAERAH DAN HUKUM KEPARIWISATAAN

Menurut Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintah Daerah, pemerintah daerah mengatur dan mengurus sendiri urusan pemerintah menurut asas otonomi dan tugas pembantu seluas-luasnya kecuali urusan Pemerintahan yang menjadi urusan Pemerintah. Hal yang berkaitan juga merupakan tugas dan wewenang dari pemerintah daerah yang dijalankan oleh Dinas. Kalau untuk Kabupaten Siak berarti menjadi urusan dari Dinas Pariwisata. Pasal 30 UU Kepariwisata menyebutkan bahwa pemerintah kabupaten/kota memfasilitasi dan mempromosikan destinasi pariwisata dan produk pariwisata yang berada di wilayahnya, dengan membuat *brand* logo dan *tagline* daerah. *Brand* ini memiliki nilai ekonomi, jika dikelola dengan baik oleh suatu daerah akan mendapatkan keuntungan dalam berbagai bidang, misalnya dapat meningkatkan jumlah wisata domestik maupun wisatawan asing yang berkunjung di daerah tersebut

dengan memperhatikan logo dan *tagline* yang diusung oleh daerah tersebut. Misalnya Kabupaten Siak yang mengusung logo dan *tagline* Siak *The Truly Malay*, berarti wisatanya identik dengan budaya Melayu.

## V. KESIMPULAN

Pemerintah Daerah mengatur dan mengurus sendiri urusan pemerintah menurut asas otonomi dan tugas pembantu seluas-luasnya. Hal yang berkaitan juga merupakan tugas dan wewenang dari Pemerintah Daerah yang dijalankan oleh Dinas. Kalau untuk Kabupaten Siak berarti menjadi urusan dari Dinas Pariwisata Pemerintah Kabupaten/ Kota berwenang memfasilitasi dan melakukan promosi destinasi pariwisata dan produk pariwisata yang berada di wilayahnya. Salah satu cara membuat *brand* dalam bentuk logo dan *tagline* daerah. *Brand* ini memiliki nilai ekonomi, jika dikelola dengan baik oleh suatu daerah akan mendapatkan keuntungan dalam berbagai bidang, misalnya dapat meningkatkan jumlah wisata domestik maupun wisatawan asing yang berkunjung di daerah tersebut dengan memperhatikan logo dan *tagline* yang diusung oleh daerah tersebut. Misalnya Kabupaten Siak yang mengusung logo dan *tagline* Siak *The Truly Malay*, berarti wisatanya identik dengan budaya Melayu.

## REFERENSI

- Artis. (2018). Branding Siak the Truly Malay oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Siak. Komunikasiana.
- Booklet Pariwisata Siak Edisi 2020.
- Dinanty, Aditta Riska. (2019). Komunikasi Pariwisata Budaya Melayu Dinas Pariwisata Kabupaten Siak dalam Membentuk Brand Destination Siak The Truly Malay. JOM FISIP Vol. 6: Edisi I Januari
- Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Siak..Kajian Pengembangan Objek Pariwisata Unggulan di Kabupaten Siak. (Pekanbaru.PT.WastuAsrindo Riau, 2012).9
- Mahmud , Peter. (2005). *Penelitian Hukum*. Jakarta : Prenamedia Grup.

Prakarti, S, dkk. (2017). Pengaruh City Branding dan Event Pariwisata Terhadap Keputusan Berkunjung Serta Dampaknya Pada Minat Berkunjung Kembali Ke Kabupaten Banyuwangi. *Jurnal Administrasi Bisnis*.

Rakhman Priyatmoko. Tingkat Kesadaran Pramuwisata Terhadap Branding Wonderful Indonesia dan Pesona Indonesia: Strategi Pemasaran Destinasi Pariwisata. *Jurnal Destinasi kepariwisataan Indonesia Vol.1.No.1.Juni.2016*

Rahman, F.A, dkk (2015). Aspek Hukum Regional Branding dalam Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek dan Undang-Undang Nomor 28 tahun 2014 tentang Hak Cipta (Studi Kasus Jogja Istimewa sebagai Brand Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Penelitian Hukum*.

Rusadi, S, dkk (2019). Strategi City Branding oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Siak dalam Peningkatan Daya Tarik Pariwisata. *Jurnal Wedana*.

Utomo, Tomi Suryo. (2010). Hak Kekayaan Intelektual (HKI) di Era Global : Sebuah Kajian Kontemporer. Yogyakarta : Graha Ilmu.

Yuli, A. (2011). City Branding Sebagai Strategi Pengembangan Pariwisata ditinjau dari Aspek Hukum Merek (Studi Kasus City Branding Daerah Istimewa Yogyakarta Sebagai Daerah Tujuan Wisata Unggulan di Indonesia). *Jurnal Ilmiah Ilmu Hukum QISTI*.

Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata

Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah

Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2006 tentang Merek dan Indikasi Geografis

<https://www.dgip.go.id/>

<https://siakkab.go.id/wisata-budaya/>

<https://kebudayaan.kemdikbud.go.id/ditwdb/siak-the-truly-malay/>